

Секція 4. ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ТА СВІТОВИХ РИНКАХ

M. Sikorska, kanderz (*Higher School of Labour Safety Management (WSZOP), Katowice, Poland*)

Somosi M. Veres, Prof (*Dean University of Miskolc, Miskolc, Hungary*)

P. Pererva, Prof. (*Higher School of Labour Safety Management (WSZOP), Katowice, Poland*)

KOMPLEENS SERVICE AS A COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE ENTERPRISE OF GUEST SERVICES

The most important factor for ensuring the competitiveness of any enterprise is the observance by all its services and employees of laws, regulations, regulations and regulations of both external origin and those operating within the enterprise. This task is performed by the compliance of the enterprise service, which is created just to achieve this goal.

To ensure that the best way to observe the principles and norms of the board, in the structure of the restaurant and hotel business special divisions are created. The company and its employees must observe the requirements of the normative acts in any case, regardless of the existence or lack of a system of organizations that provide for proper and ethical conduct of business. Persons who are determined by the current legislation, constitutive documents of legal entities or by order of an executive body, along with the organization itself, bear responsibility for the observation of the existing legislation. This main tasks of compliance agencies are the development and implementation of various documents containing the rules for the conduct of employees in or in their situations, regulating different processes (directives, policies, procedures) and monitoring their implementation. The system of organizations responsible for ensuring compliance with the activities of the organization of mandatory forms may be spoiled in various organizations – all depends on the needs and specificity of the enterprise.

In the process of improving the corporate governance system, the need for formation of the compliance unit is conditioned by the adoption of a corporate strategy. In particular, an effective compliance monitoring service, including compliance risk assessment, is important to achieve the strategic goals and objectives of the corporation (for example, when acquiring or selling a business, primary and subsequent floatation of shares

and bonds in foreign capital markets, obtaining foreign loans, attraction of strategic foreign investors). Hence the increased interest on the part of practitioners to analyze the impact of compliance control functions on the implementation of corporate governance principles, and also to identify those subject areas of corporate management that require constant compliance support.

The content of the program of activities of the compliance service should be determined in accordance with the specific requirements of the industrial enterprise. But there are areas of compliance that are relevant for any enterprise: corporate, labor, administrative law, financial law with respect to compliance with tax laws, accounting (financial) accounting and reporting, and special compliance areas specific to individual corporations: customs, banking, insurance, antimonopoly legislation; environmental standards; legislation on the securities market and derivative financial instruments, countering fraud, money laundering and currency control, etc.

In the general management system of the organization in such cases, compliance takes a special place, as shown in the figure.

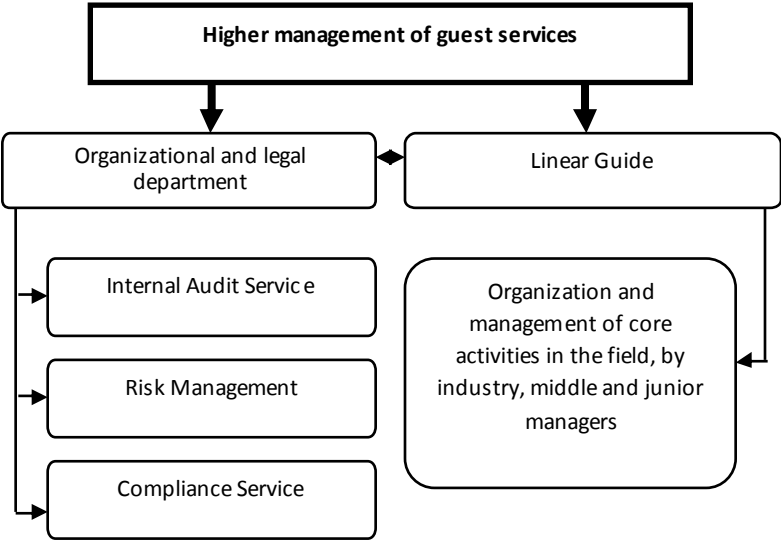


Fig. Structure of guest services enterprises using the compliance service in management

At present, industrial enterprises have different approaches to the organizational implementation of the compliance service in their management structures. In the general case, they are still far from perfect, but it should be noted that in this direction enterprises do only the first steps.

1. The modern enterprise is obliged to carry out a legitimate and civilized business, therefore management, understanding the importance and necessity of compliance units, provides them with sufficient manpower and adequate rights to receive information and documents. In practice, the need for compliance control is determined by corporate strategy. Highly qualified compliance structure provides a high level of perception of the company's activities and its top management. Understanding the leadership of an organization and assessing the importance of a fully functioning and effective compliance system will help reduce the likelihood of risk of loss of profits, the occurrence of intentional or unintentional losses and the risk of loss of goodwill. Compliance can be useful as a consultant on the application of internal policy, strategy and tactics of development of business processes of the company. The interaction of compliance control with business units ensures timely detection and minimization or elimination of compliance risks.

2. The effectiveness of compliance is aimed at creating an adequate monitoring system for the business, including precautionary procedures and training programs aimed at identifying the violations committed. Today, compliance is an important part of the corporate governance system of the organization as a whole, begins in top management and is broadcasted at all levels of business.

3. At the enterprises of guest services there are two options how to organize the implementation of the compliance program. In one version, the implementation of compliance issues can be established in front of departments or employees who are responsible for servicing the daily activities of the company. In this situation, it is important to strictly assign responsibilities, monitor them and create conditions for fruitful cooperation. More promising is the second version of the implementation of compliance program, in which the compliance control of ideology is included in the scope of the tasks of a separate compliance control unit or specialist. This creates conditions for the independence of the compliance program and the objectivity of its control. Independence of the compliance control is an important factor, since the implementation of its control by units that solve certain economic and economic tasks carries potential risks.

References

1. Technology transfer / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Veres Somosi. – Kharkiv–Miskolc : NTU «KhPI», 2012. – 668 p.
2. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П. Г. Перерва // Вестник Нац. техн. у-та «ХПИ» (економічні науки). – Х. : НТУ «ХПИ», 2017. – № 24 (1246). – С. 153–158.
3. ТОВАЖНЯНСКИЙ В. Л. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения / В. Л. ТОВАЖНЯНСКИЙ, П. Г. Перерва, Т. А. Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса : колл. монография. – СПб. : Астерион, 2010. – Т. 2, п. 6.2. – С. 254–264.
4. Экономическая оценка инновационного потенциала. Монография / А. П. Косенко, Д. Коциски, О. И. Маслак [и др.] ; под ред. проф. П. Г. Перервы и проф. Д. Коциски. – Харьков–Мишкольц : НТУ «ХПИ», Мишкольц. техн. ун-т, 2009. – 170 с.
5. Перерва П. Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, А. В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – № 51 (957). – С. 68–73.
6. Перерва П. Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П. Г. Перерва, Н. П. Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10–23.
7. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П. Г. Перерва, І. В. Гладенко, А. В. Косенко, М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. у-ту «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – № 18. – С. 105–110.
8. Перерва П. Г. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. пр. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167–174.
9. Перерва П. Г. Розвиток методів вартісної оцінки нематеріальних активів та об'єктів інтелектуальної власності / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, М. М. Ткачов // Наукові праці

Донецького національного технічного університету. Серія : економічна. – Донецьк : ДНГУ, 2014. – № 4. – С. 57–66.

10. Перерва П. Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, В. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ», 2015. – № 59 (1168). – С. 148–152.

11. Перерва П. Г. Практический маркетинг / П. Г. Перерва // Справочник менеджера промышленного предприятия. – Вып. 1. Термины и определения. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 96 с.

12. Перерва П. Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2015. – № 815. – С. 118–125.

13. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ», 2013. – № 22 (995). – С. 89–95.

14. Экономика и управление инновационной деятельностью : учебник / под ред. проф. П. Г. Перервы, проф. Г. К. Вороновского, проф. С. А. Меховича, проф. Н. И. Погорелова. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

15. Перерва П. Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П. Г. Перерва, Н. М. Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 191–198.

16. Перерва П. Г. Управление ассортиментом продукции / П. Г. Перерва. – М. : НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 80 с.